

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN BISNIS
(Studi Kasus Pada CV Karya Mandiri)**



Oleh :
ABDULLAH HIBNU TORIQ
NPM: 09.1.02.04039

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA**

2014

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN BISNIS
(Studi Kasus Pada CV Karya Mandiri)**



**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Oleh:
ABDULLAH HIBNU TORIQ
NPM: 09.1.02.04039**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2014

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN BISNIS
(Studi Kasus Pada CV Karya Mandiri)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ABDULLAH HIBNU TORIQ

NPM: 09.1.02.04039

Telah dipertahan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 08 Maret 2014

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Dr. Ir. Budhi Satrio, M.M.

**Anggota : 1. Dr. Khuzaini, S.E., M.M.
2. Drs. Djawoto, M.M.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh

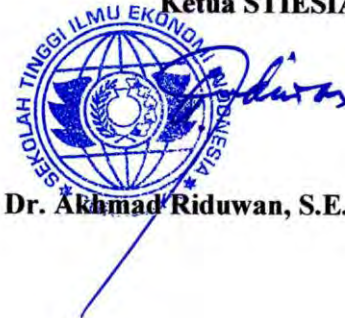
Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Khuzaini, M.M.

Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ABDULLAH HIBNU TORIQ

NPM : 09.1.02.04039

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM
MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN BISNIS (Studi Kasus Pada
CV Karya Mandiri)**

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal Februari 2014, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, Februari 2014

Yang membuat pernyataan,

Abdullah Hibnu Toriq

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Abdullah Hibnu Toriq
NPM : 09.1.02.04039
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Tempat, Tanggal Lahir :
Agama : Islam
Jumlah Saudara / Anak yang ke : 1 (Satu) / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Jl.
Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama :
Alamat Rumah : Jl.
Surabaya
Alamat Kantor / Telepon : -
Pekerjaan / Jabatan :

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDI Kiyai Amin di Surabaya Tahun 2000
2. Tamat SMPN 35 di Surabaya Tahun 2003
3. Tamat SMA Khadijah di Surabaya Tahun 2006
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - XII	2010- 2014	-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

Abdullah Hibnu Toriq

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Bisnis (Studi Kasus Pada CV Karya Mandiri)”**. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Khuzaini, M.M, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dalam menyusun skripsi ini melalui perkuliahan.

5. Pimpinan dan karyawan CV. Karya Mandiri yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Kedua orang tuaku terima kasih karena selalu mendoakanku, memberikan kasih sayang, dan memberikan dukungan moril maupun materiil.
7. Teman-temanku yang tidak dapat aku sebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua semangat dan dukungannya.

Semoga Allah SWT berkenan membalas segala bantuan yang telah diberikan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Akhirnya dengan mengucapkan syukur, do'a dan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Februari 2014

Abdullah Hibnu Toriq

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoretis	8
2.1.1 <i>Relationship Marketing</i>	8
2.1.2 Konsep <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	10
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
1. Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ..	11
2. Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
3. Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
4. Dimensi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
5. Implementasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	17

2.1.4	Teknologi untuk Membangun Hubungan dengan Pelanggan	17
2.1.5	Kepuasan Konsumen	18
1.	Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	19
3.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	22
4.	Manfaat pengukuran kepuasan	25
2.1.6	Loyalitas Pelanggan.....	26
1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	26
2.	Jenis Loyalitas Pelanggan	28
3.	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	29
4.	Karakteristik dan Tahapan-Tahapan Loyalitas Pelanggan .	31
2.1.7	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Rerangka Pemikiran.....	35
2.4	Perumusan Hipotesis.....	35
BAB 3	METODA PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian....	36
3.2	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.1	Sejarah Singkat CV Karya Mandiri	43
4.1.2	Lokasi CV Karya Mandiri	44
4.1.3	Proses kerja CV Karya Mandiri.....	45
4.1.4	Struktur Organisasi CV Karya Mandiri	46
4.2	Pembahasan.....	48
4.2.1	Profil Responden.....	48
4.2.2	Deskriptif Variabel	49

1. Deskriptif <i>Customer Relationship Management</i> (X).....	50
2. Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	54
4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas.....	58
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	50
4.2.5 Pengujian Hipotesis dengan Uji t.....	60
4.3 Intepretasi Hasil Penelitian	61
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 2	Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4	Jawaban Responden Terhadap Indikator Penggunaan Teknologi.....	50
Tabel 5	Jawaban Responden Terhadap Indikator Pengelola Hubungan Pelanggan.....	51
Tabel 6	Jawaban Responden Terhadap Indikator Proses Hubungan Dengan Pelanggan	51
Tabel 7	Jawaban Responden Terhadap Indikator Pendekatan Edukatif	52
Tabel 8	Skor Total <i>Customer Relationship Management</i> (X).....	53
Tabel 9	Jawaban Responden Terhadap Indikator Transaksi Minimal 3 Kali.....	54
Tabel 10	Jawaban Responden Terhadap Indikator Transaksi Dengan Bermacam-Macam Produk	55
Tabel 11	Jawaban Responden Terhadap Indikator Tidak Melakukan Transaksi Dengan Perusahaan Lain	55
Tabel 12	Jawaban Responden Terhadap Indikator Mereferensikan Kepada Orang Lain.....	56
Tabel 13	Skor Total Loyalitas Pelanggan (Y)	57
Tabel 14	Uji Validitas	58
Tabel 15	Uji Realibilitas	58
Tabel 16	Koefisien Regresi Linear	59
Tabel 17	Pengujian Hipotesis dengan Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Rerangka Pemikiran	35
Gambar 2	Struktur Organisasi CV Karya Mandiri	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Deskriptif Variabel
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Regresi Linier

